



**SARDIGNA CHIRCAS  
SARDEGNA RICERCHE**



# Cannonau: il vino giovane

**L'avvio possibile di una rivoluzione gentile**



**vino**  
L'UOL





# Il Gap da Colmare

Non solo comunicazione

**Gap culturale, percettivo ed  
esperienziale**

# Obiettivi

Sensibilizzare le aziende sul RUOLO della COMUNICAZIONE

Fornire strumenti per migliorare la comunicazione verso i giovani

Avviare rapporti diretti con consumatori GenZ

Promuovere il CONSUMO RESPONSABILE del vino



# Numeri

15 mesi di progetto

27 cantine sarde

3 istituti di alta formazione: IULM, Università degli Studi di Cagliari, Istituto Europeo di Design (IED)

Circa 1000 giovani Gen. Z coinvolti

Agenzie di comunicazione, esperti di settore, giornalisti, formatori, esperti comunicazione social

# Linea 1 - Young Wine Engagement Index

## *Analisi e ricerca scientifica*



**Identificazione dei trend di consumo del vino per i giovani della GenZ**



**Definizione di un “modello di diagnosi di attrattività dei giovani”, il grado di attrattività specifico per le cantine in cui viene applicato**



**Verifica del grado di attrazione di prodotti enologici sardi con una sessione degustativa specifica**



**Verifica, anche neuroscientifica, di una selezione di stimoli di comunicazione (etichette e sito)**



**Redazione di vademecum: un report di miglioramento per la comunicazione delle cantine testate**





# Linea 2 - Dalle cantine ai social il Cannonau studia comunicazione

## *Animazione e coinvolgimento*



**Suddivisione  
degli studenti in  
gruppi di lavoro**



**Seminari sulla  
Comunicazione del vino**



**Visite in cantina**



**Lavoro creativo  
dei gruppi**



**Presentazione  
dei risultati in un  
evento finale  
La festa del  
Cannonau dei  
giovani**



**Degustazione  
sperimentale  
emozionale  
Follow up**



**IL VINO GIOVANE**

**BEVO PER RICORDARE**

Parla martedì 20 novembre ore 18.30 - Sala Office - Ospedale Tabacchi  
Via Poeta Pierluigi 27 - Cavigli

Il seminario, guidato da Roberto Ripa (Giovinezza attiva enologica) e Flavio Aringoni (CCEV) & Co-Fondatore di Faccione Media è organizzato in due incontri (18 e 20 novembre) per l'obiettivo di offrire spunti e strumenti metodologici originali per abbattere i comuni affaristi e di particolare interesse dedicati alle comunicazioni del vino con uno speciale focus sui social.

Il 20/11 si concentrerà sull'aggiornamento del metodo di lavoro finalizzato alla costituzione di nuovi racconti, beverni o creativi e comunicativi, definitivi per una comunicazione "social". Di seguito i punti principali che verranno analizzati durante il seminario.

**Introduzione**

- La sorpresa nel racconto: un pugno in faccia come percorso didattico
- Obiettivo non solo didattico, anche ludico, creare, rendere, alzarci
- Focus "Se non conosci un prodotto non è un problema di qualità, ma di packaging"

**Conte raccontare e raccontare, anche i social come strumento di relazione**

- La comunicazione dei social: best practices, perché vengono creati
- Come strutturare dei contenuti che funzionano
- Un'idea che avvia il primo affresco: Autenticità, identità, sostenibilità, antropologia, gioia, il rituale, "vendibile, dunque cono"

**Fattori metodologici in gioco**

- Aspetti metodologici generali: Valore, Vantaggio, Comunità... in cosa verba, senza bere per ricordare
- Esercitazioni in gruppo, mediazione tra i partecipanti

IN COLLABORAZIONE CON



**IL VINO GIOVANE**

**Degustazione Cannonau - Satisfaction survey**



***Il Cannonau come non l'avevamo mai visto...con qualche "licenza creativa"***